



VERBAND SCHWEIZERISCHER  
KADERSCHULEN

## Wegleitung

**Spezialistin Digital Marketing VSK**  
**Spezialist Digital Marketing VSK**

Gesamtschweizerisch anerkannter Abschluss VSK

Ausgabe 2020

© **VSK** Verband Schweizerischer Kaderschulen

### **VSK**

Verband Schweizerischer Kaderschulen

Belpstrasse 41

3007 Bern

T +41 31 550 09 08

info@vsk-fsec.ch, [www.vsk-fsec.ch](http://www.vsk-fsec.ch)

## Inhaltsverzeichnis

1.	Wegleitung .....	3
2.	Berufsbild .....	3
2.1.	Arbeitsgebiet .....	3
2.2.	Kompetenz .....	3
3.	Zielgruppe und Voraussetzungen .....	3
4.	Dauer und Ausbildungsform .....	3
5.	Aufgabe der Schulen.....	3
6.	Aufgaben des VSK.....	4
7.	Lerninhalte .....	5
7.1.	Fächer und Inhalte .....	5
7.2.	Taxonomie .....	7
8.	Geschützter Titel .....	8
9.	Inkrafttreten .....	8

## 1 Wegleitung

Diese Wegleitung regelt den Bildungsgang bezüglich Ausbildung und Lerninhalten zur Spezialistin Digital Marketing VSK bzw. zum Spezialisten Digital Marketing VSK. Ziel ist, den Bildungsgang und die Lerninhalte transparent zu gestalten. Sie dient den Schulen zur Erarbeitung ihres Bildungsganges, um damit die Studierenden optimal auf die Diplomprüfung vorzubereiten.

## 2 Berufsbild

### 2.1. Arbeitsgebiet

Die Weiterbildung vermittelt Personen der Privatwirtschaft und der öffentlichen Verwaltung vertiefte Kenntnisse im Digital Marketing. Damit haben diese Personen das Rüstzeug für anspruchsvolle Aufgaben im Digital Marketing. Hier beraten sie ihre Führungskräfte und erledigen selbstständig wichtige Aufgaben für das Unternehmen. Sie erarbeiten Konzepte, die sie intern sowie extern professionell kommunizieren und umsetzen können. Damit sind die Absolventen und Absolventinnen begehrte Berufsleute für attraktive Berufe im Digital Marketing bei etablierten und bei Start-up Unternehmen.

### 2.2. Kompetenz

Das Kompetenzprofil ist ausführlich in der Prüfungsordnung beschrieben.

## 3 Zielgruppe und Voraussetzungen

Der Bildungsgang eignet sich insbesondere für Mitarbeitende und Selbständige im Bereich Digital Marketing. Eine fachspezifische Berufserfahrung ist nicht nötig.

## 4 Dauer und Ausbildungsform

Die Dauer des Bildungsganges und die Ausbildungsform wird durch die Schulen bestimmt.

## 5 Aufgabe der Schulen

Die Aufgabe der Schulen ist es, im Bildungsgang die nötigen Kompetenzen und Inhalte zu vermitteln. Die Schulen werden im Zusammenhang mit dem Controllingsystems des VSK regelmässig überprüft (siehe Ziffer 6).

## **6 Aufgaben des VSK**

Der Verband kontrolliert die Schulen regelmässig aufgrund des Controllingsystems des VSK. Dieses sieht vor, dass die Prüfungen, die Bewertungen und die Lerninhalte überprüft werden.

## 7 Lerninhalte

### 7.1. Fächer und Inhalte

<b>Grundlagen Digital Marketing</b>	20 empfohlene Lernstunden	Taxonomie- stufe
Begriff, Einbettung, Abgrenzung		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Begriffe Online Marketing und Digital Marketing sowie Abgrenzung voneinander und Einbettung im Marketingkontext beschreiben können</li> </ul>		K1
Rechtsfragen		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Inhalte des Marketingrechts; v.a. Urheberrecht und Markenschutz benennen können</li> </ul>		K1
<ul style="list-style-type: none"> <li>Rechtsgrundlage betreffend Datenschutz und Datensicherheit von digitalen Verkaufs- und Marketingmassnahmen, wie Webseiten, E-Shops, E-Mail-Marketing und Newsletter-Marketing verdeutlichen können</li> </ul>		K2
Integrierte Kommunikation		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Konzept der integrierten Kommunikation und deren Umsetzung im digitalen Bereich anwenden können</li> </ul>		K3
<b>Kanäle Digital Marketing</b>	48 empfohlene Lernstunden	Taxonomie- stufe
Web und Webseiten		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Funktionsweise von Internet-Suchmaschinen wiedergeben können</li> </ul>		K1
<ul style="list-style-type: none"> <li>Webseiten strukturieren und Methoden der Webseitenoptimierung (SEO) anwenden können</li> </ul>		K3
<ul style="list-style-type: none"> <li>Firmenwebseite als zentrale elektronische Kommunikations- und Verkaufsplattform und deren Ausrichtung von Design, Inhalten, Usability, etc. auf die Marketingstrategie und die Zielgruppe erstellen/verbessern können</li> </ul>		K3
<ul style="list-style-type: none"> <li>Webseiten auf Basis von gängigen Content Management Systemen erstellen können</li> </ul>		K3
<ul style="list-style-type: none"> <li>Wirkungsweise, Preismodelle und Erfolgskennzahlen unterschiedlicher Online Plattformen und Werbemöglichkeiten vergleichen können</li> </ul>		K2
E-Shops		
<ul style="list-style-type: none"> <li>E-Shop-Modelle und deren Funktion und Struktur sowie Vor- und Nachteile vergleichen können</li> </ul>		K2
<ul style="list-style-type: none"> <li>E-Shops auf Basis von gängigen Programmen erstellen können</li> </ul>		K3
<ul style="list-style-type: none"> <li>Bereiche des Webshop-Managements, wie Sortimentsauswahl, Präsentation, Usability, Rückgabe- und Beschwerdemanagement und Verkauf-scontrolling umschreiben können</li> </ul>		K2
<ul style="list-style-type: none"> <li>Angegliederte Prozesse wie Zahlungsabläufe, Lieferung und Kundenservice und ihre Schnittstellen interpretieren können</li> </ul>		K3
Social Media Kanäle		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigenschaften und Möglichkeiten der aktuell bekanntesten Social Media Kanäle und deren Verknüpfungen vergleichen können</li> </ul>		K2
<ul style="list-style-type: none"> <li>Vorteile und Risiken der Nutzung sozialer Medien aufzeigen können</li> </ul>		K1
<ul style="list-style-type: none"> <li>Accounts der bekanntesten Social Media Kanäle erstellen, optimieren und betreuen können</li> </ul>		K3

Weitere Instrumente und Kanäle	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Weitere Instrumente und Kanäle des Digital Marketings wie E-Mails, Newsletter, TV- und Radio-Spots, Mobile-, App- und Display-Werbung sowie ihre Funktionsweisen, Einsatzmöglichkeiten, Preismodelle und Erfolgskennzahlen verdeutlichen können</li> </ul>	K2
<ul style="list-style-type: none"> <li>Aufbau, Anforderungen und Bedienung von Newsletter-Tools erklären können</li> </ul>	K2
<b>Digitale Marketingkonzepte und Kampagnen</b>	Taxonomie- stufe
40 empfohlene Lernstunden	
Strategien	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Trends im Bereich Marketing und Internet aufzeigen können</li> </ul>	K1
<ul style="list-style-type: none"> <li>Definition und Unterscheidung der Begriffe wie Multi-Channel, Cross-Channel und Omni-Channel wiedergeben können</li> </ul>	K1
<ul style="list-style-type: none"> <li>Kommunikationskanäle als Teil der Marketingstrategie umschreiben können</li> </ul>	K2
<ul style="list-style-type: none"> <li>Präsentation von digitalen Marketingkonzepten im Rahmen der ganzheitlichen Marketingstrategie entwickeln und begründen können</li> </ul>	K3
Onlinekampagnen (SEA) und Automation	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Online-Werbekampagnen entwickeln, budgetieren und beurteilen können</li> </ul>	K3
<ul style="list-style-type: none"> <li>Online-Werbekampagnen erstellen, begleiten und auswerten können</li> </ul>	K3
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tools zur Automatisierung von Online-Werbekampagnen anwenden können</li> </ul>	K3
Content Management	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Funktion des Content Marketings als Bestandteil des Marketings und der Kommunikation verdeutlichen können</li> </ul>	K2
<ul style="list-style-type: none"> <li>Methoden zur Content-Generierung benennen können</li> </ul>	K1
<ul style="list-style-type: none"> <li>Content-Strategien anhand der Marketingstrategie und der Gegebenheiten eines Unternehmens entwickeln und umsetzen können</li> </ul>	K3
Controlling	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Funktion von Webtracking- und Website-Analyse-Tools erläutern können</li> </ul>	K2
<ul style="list-style-type: none"> <li>Onlineaktivitäten sowie Darstellung und Präsentation der Resultate messen und interpretieren können</li> </ul>	K3
<b>Customer Relationship Management</b>	Taxonomie- stufe
12 empfohlene Lernstunden	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Customer Relationship Management als Konzept der ganzheitlichen Kundenorientierung aufzeigen können</li> </ul>	K1
<ul style="list-style-type: none"> <li>Schnittstellen von CRM-Tools darstellen können</li> </ul>	K1
<ul style="list-style-type: none"> <li>Nutzen und Funktionen von CRM-Tools umschreiben können</li> </ul>	K2
<ul style="list-style-type: none"> <li>CRM-Tools im Kontext eines Unternehmens aufbauen, bewerten und optimieren können</li> </ul>	K3
<ul style="list-style-type: none"> <li>Bedürfnisgerechte Datenstruktur aufbauen können</li> </ul>	K3

Total 120 empfohlene Lernstunden für den gesamten Bildungsgang. Zusätzlich sind ca. 50 Lernstunden für die Praxisarbeit einzuplanen.

## 7.2. Taxonomie

<b>Taxonomiestufe</b> in Anlehnung an Bloom	<b>Beschreibung</b>	<b>Gängige Verben</b>
<b>K1</b> <b>Wissen</b> <b>Erinnern</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktenwissen</li> <li>• Kennen</li> </ul>	<p>Gelerntes wiedergeben, erinnern von Allgemeinem (Theorien, Einzelheiten, terminologisches Wissen, Fakten...), Besonders das Erinnern von Mustern, Prozessen, Methoden, Festlegungen, Klassifikationen, Kategorien, Kriterien, bewusstmachen von geeignetem Material, minimales Neuordnen.</p> <p>Der Prüfungsstoff musste auswendig gelernt oder geübt werden.</p>	<p>Angeben, aufschreiben, aufzählen, aufzeichnen, ausführen, benennen, beschreiben, bezeichnen, darstellen, nennen, reproduzieren, vervollständigen, wiedergeben, zeichnen, zeigen</p>
<b>K2</b> <b>Verständnis</b> <b>Verstehen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstehen</li> <li>• mit eigenen Worten begründen</li> </ul>	<p>Erklärung von Begriffen, Formeln, Sachverhalten, Geräten u.a.m. Das Verständnis zeigt sich darin, dass das Gelernte auch in einem neuen Kontext präsent werden kann. So wird ein Sachverhalt auch umgangssprachlich erläutert oder ein Zusammenhang grafisch dargestellt.</p> <p>Es ist die einfachste Ebene des Begreifens, einfache Zusammenhänge sehen, Bescheid über das Besprochene wissen, den Stoff benutzen, übersetzen, eigene Worte verwenden, interpretieren, extrapolieren, Gelerntes wird auch in einem anderen Zusammenhang erkannt.</p>	<p>Begründen, beschreiben, deuten, einordnen, erklären, erläutern, interpretieren, ordnen, präzisieren, schildern, übersetzen, übertragen, umschreiben, unterscheiden, verdeutlichen, vergleichen, wiedergeben</p>
<b>K3</b> <b>Anwendung</b> <b>anwenden</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umsetzung eindimensionaler Lerninhalte</li> <li>• Beispiele aus eigener Praxis</li> </ul>	<p>Gelerntes wird in einer neuen – bisher nicht besprochen/geübten – Situation angewandt.</p>	<p>Abschätzen, anknüpfen, anwenden, aufstellen, ausführen, begründen, berechnen, bestimmen, beweisen, durchführen, einordnen, entwickeln, erstellen, formulieren, interpretieren, lösen, modifizieren, quantifizieren, realisieren, übersetzen, unterscheiden, verbessern, verdeutlichen, verbuchen, verfassen, visualisieren.</p>

## **8 Geschützter Titel**

Die offiziellen Titelbezeichnungen sind in der Prüfungsordnung geregelt.

## **9 Inkrafttreten**

Diese Wegleitung wurde per Korrespondenzbeschluss vom 13. Dezember 2019 genehmigt und auf den 1 Januar 2020 in Kraft gesetzt.

VSK Verband Schweizerischer Kaderschulen  
[www.vsk-fsec.ch](http://www.vsk-fsec.ch)